

O PATRIMÔNIO MATERIAL E A CONSTRUÇÃO  
DA IDENTIDADE EM NOVO HAMBURGO (RS):  
A FOTOGRAFIA E A CIDADE

*Cleber Cristiano Prodanov\**  
prodanov@feevale.br  
*Claudia Schemes\*\**  
*Alessander Kerber\*\*\**

RESUMO: Este artigo procura analisar a construção da identidade da cidade de Novo Hamburgo (RS), através da definição de seu patrimônio. Diversas identidades definem, em sua construção, um grupo de signos que passam a ser seus representantes e que caracterizam e lhes dão significado. As identidades que envolvem a definição de um determinado espaço geográfico – ou seja, as identidades nacionais, regionais e de cidades – são privilegiadas na definição de certas construções ou objetos como patrimônio, exercendo, sobre eles, uma legislação e políticas de conservação para preservar esses signos identitários. A análise do patrimônio nos permite caracterizar a própria identidade que se representa através dele.

PALAVRAS-CHAVE: patrimônio, identidade, cidade, fotografia, Novo Hamburgo (RS).

#### A CIDADE

No presente artigo, pretendemos realizar uma análise da construção da identidade da cidade de Novo Hamburgo<sup>1</sup> no Rio Grande do Sul, através de seu patrimônio cultural, especialmente com elementos ligados ao seu acervo fotográfico. Procuramos analisar a íntima relação existente entre patrimônio e identidade, sendo que o primeiro é definido exatamente a partir de alguma identidade, ao mesmo tempo em que esta obtém, em determinado patrimônio, símbolos para sua construção.

Nesse sentido, como é possível perceber na grande maioria dos municípios brasileiros, existe uma carência de arquivos e de documentos, especialmente de fotografias, que recomponham o cotidiano e possibilitem a análise do desenvolvimento das cidades ao longo das décadas. Esse material

\* Professor e pesquisador do Centro Universitário Feevale.

\*\* Professora e pesquisadora do Centro Universitário Feevale.

\*\*\*Professor e pesquisador do Centro Universitário Feevale.

negligenciado e, por vezes inexistente, nem sempre é visto como documento, sendo esquecido e, até, destruído pelo tempo.

Grande parte desse material sobre o Brasil e suas cidades é encontrado em acervos particulares, de difícil acesso e de amplitude bastante restrita. Esse também foi o caso de Novo Hamburgo. Entretanto, graças à existência do Museu Nacional do Calçado (MNC),<sup>2</sup> foi possível contar com um número representativo de fotografias que revelam grande parte da evolução da cidade e seus momentos cruciais ao longo das primeiras décadas do século XX. Esse fato em grande parte se deve à intimidade existente entre o desenvolvimento da cidade de Novo Hamburgo e do setor produtivo, ligado às atividades coureiro-calçadistas.

Convém ressaltar que, no início do século XX, Novo Hamburgo era distrito de São Leopoldo, mas, graças ao seu desenvolvimento comercial e industrial, a idéia de emancipação foi encampada pela população. Talvez, naquele momento, tenha surgido a primeira construção de uma identidade da cidade, que, motivada por questões econômicas e administrativas, propõe a separação de São Leopoldo e evoca as diferenças sociais e culturais em relação ao município-sede.

Pode soar estranho que isso possa ter ocorrido em duas localidades separadas por poucos quilômetros e marcadas igualmente por uma colonização germânica em comum. Entretanto, a imprensa local da época torna mais clara essas construções e, especialmente, o caminho que Novo Hamburgo cria em sua trajetória urbana.

#### OS MARCOS REFERENCIAIS

Entendemos a identidade como auto-representação, sempre construída em relação à representação dos “outros”, da alteridade. Recentemente, vários autores se dedicaram a pensar o conceito de representação. Dentre eles, referimo-nos, especialmente, a Roger Chartier (1990) e Pierre Bourdieu (1989).

Para se relacionar com o mundo real, cada cultura constrói, a partir das práticas sociais, representações, as quais acabam orientando, novamente, as suas práticas sociais. As representações são, assim, a forma de conhecimento da realidade que cada sociedade constrói e reelabora através de lutas constantes. Considerando que diversas representações convergem e divergem em um mesmo tempo e espaço, o imaginário social é, justamente, um campo de lutas entre representações.

Para a compreensão do real, há um processo de significação e de associação com símbolos já existentes no imaginário daquele grupo. Até o desconhecido é pensado a partir de símbolos já conhecidos. Uma realidade, assim, nunca é apreendida de forma pura, sempre é apropriada e simbolizada, consciente ou inconscientemente, pelos grupos que dela se aproximam.

E é nessa atribuição de sentido que percebemos que as representações não são “ingênuas”. Apesar de se proporem a uma aproximação com a realidade, sempre são influenciadas pelos interesses do grupo que a produz. Segundo Chartier (1990, p. 17),

as representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam. Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem o utiliza. As percepções do social não são, de forma alguma, discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. Por isso, esta investigação sobre as representações supõe-nas como estando sempre colocadas num campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação. As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe ou tenta impor a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus e o seu domínio.

As representações que constituem o imaginário social se baseiam em elementos da realidade concreta, dando-lhes um significado, a partir dos desejos e necessidades conscientes e inconscientes dos grupos envolvidos. Para Backzo (1985, p. 311),

os sistemas simbólicos em que assenta e através do qual opera o imaginário social são construídos a partir da experiência dos agentes sociais, mas também a partir dos seus desejos, aspirações e motivações. Qualquer campo de experiências sociais está rodeado por um horizonte de expectativas e de recusas, de temores e de esperanças.

Outro elemento importante a salientar sobre as representações é que elas não precisam seguir um rigor científico que comprove a sua veracidade.

A sua força não está na comprovação científica como verdade, mas na capacidade de mobilização.<sup>3</sup> Certos signos tornam-se representações de determinadas identidades, e o poder simbólico se mostra na defesa destes como se eles fossem o que representam.

Dessa forma, adotamos o conceito de signo, conforme proposto por Roland Barthes (1999, p. 134-135):

[...] toda a semiologia postula uma relação entre dois termos, um significante e um significado. [...] É preciso não esquecer que, contrariamente ao que se sucede na linguagem comum, que me diz simplesmente que o significante exprime o significado, devem-se considerar em todo o sistema semiológico não apenas dois, mas três termos diferentes; pois o que se apreende não é absolutamente um termo, um após o outro, mas a correlação que os une: temos, portanto, o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos. Tomemos um ramo de rosas: faço-o *significar* minha paixão. Não existem apenas aqui um significante e um significado, as rosas e a minha paixão? Nem sequer isso: para dizer a verdade só existem rosas "passionalizadas". Mas, no plano da análise, estamos perante três termos; pois estas rosas carregadas de paixão deixam-se perfeita e adequadamente decompor em rosas e em paixão: esta e aquelas existiam antes de se juntarem e formarem este terceiro objeto, que é o signo. Do mesmo modo que, no plano da experiência, do vivido, não posso dissociar as rosas da mensagem que transportam, assim no plano da análise não posso confundir as rosas como significante e as rosas como signo: o significante é vazio, o signo é pleno, é um sentido.

É nessa possibilidade que tem o signo de se confundir com o que representa, de "ser" o próprio representado, que está o seu poder mobilizador, o que faz, por exemplo, com que o soldado morra para manter sua bandeira erguida, conforme o exemplo dado por Ruben Oliven (1992).

É exatamente na perspectiva da definição de signos como representantes de determinadas identidades que, na era contemporânea, constituiu-se a noção de patrimônio. A construção das identidades na Europa do século XIX produziu o processo de maior amplitude e escala na definição do patrimônio histórico e cultural, pois as nações precisavam de símbolos para a construção de suas identidades. Assim também aconteceu em regiões periféricas como no sul do Brasil, onde o modelo se reproduziu na formação das regionalidades e na formação dos municípios que se tornavam autônomos de suas sedes.

Uma identidade nacional se forma através de um sentimento e idéia de pertencimento a uma nação. Benedict Anderson (1989, p. 14-16) definiu a nação como

[...] uma comunidade política imaginada – e imaginada como implicitamente limitada e soberana. Ela é *imaginada* porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria dos seus compatriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão [...] é imaginada como *limitada*, porque até mesmo a maior delas, que abarca talvez um bilhão de seres humanos, possui fronteiras finitas, ainda que elásticas, para além das quais encontram-se as outras nações. Nenhuma nação se imagina coextensiva com a humanidade. [...] É imaginada como *soberana*, porque o conceito nasceu numa época em que o Iluminismo e a Revolução estavam destruindo a legitimidade do reino dinástico hierárquico divinamente instituído. [...] é imaginada como comunidade porque, sem considerar a desigualdade e exploração que atualmente prevalecem em todas elas, a nação é sempre concebida como um companheirismo profundo e horizontal. Em última análise, essa fraternidade é que torna possível, no correr dos últimos dois séculos, que tantos milhões de pessoas não só se matem, mas morram voluntariamente por imaginações tão limitadas.

Essa comunidade imaginada se identifica a partir de uma série de símbolos. Segundo Anne-Marie Thiesse (2001-2002, p. 8-9), existe uma *check list*, um código de símbolos internacionais que define o que todas as nações devem ter: uma história estabelecendo a continuidade da nação; uma série de heróis modelos dos valores nacionais; uma língua; monumentos culturais; um folclore; lugares memoráveis e uma paisagem típica; uma mentalidade particular; identificações pitorescas – costumes, especialidades culinárias ou animal emblemático. Esses símbolos não são apenas uma lista superficial de adornos, mas são essenciais para a auto-representação das pessoas que se identificam com a nação.

Na perspectiva de definição de vários desses elementos da *check list*, as nações definiram determinados objetos, imagens, construções como patrimônio. Segundo Thiesse (2001-2002, p. 13),

a emergência da idéia de nação gera uma nova concepção: aquela de *patrimônio material coletivo* [grifo nosso]. Prejudicar esta herança, como bem diz o termo “vandalismo” inventado pelo abade Gregório, é ser um bárbaro alheio à nação. [...] Deve-se, ainda, determinar a composição

deste patrimônio nacional e divulgá-la. Portanto, é feito todo um trabalho ligando prédios à história nacional e dotando-os de um valor específico.

Nessa perspectiva, construíram-se historicamente vários grupos de edificações, objetos, imagens, entre outros, definidos como patrimônio cultural, “enquanto herança e identidade cultural que não se quer perder. Ou enquanto identidade nacional que se quer afirmar ou reafirmar” (CAMARGO, 2002, p. 15).

Uma identidade – outro conceito destacado neste trabalho – expressa-se, justamente, através de representações que definem a idéia e o sentimento de pertença a um grupo. Assim, ela é, ao mesmo tempo, sentimento e idéia, é sentida e pensada enquanto formulação de uma imagem de si mesmo, ou seja, como auto-representação.

Essa consciência de si, através de representações, impõe limites sobre os quais os indivíduos realizam suas práticas sociais. Esses limites dão-se em torno das fronteiras entre um grupo e outro. Desse modo, uma identidade se forma além da percepção das representações comuns, entre o grupo, através da percepção da diferença, em relação ao outro grupo, ou seja, em uma relação de alteridade.

Nesse sentido, pode-se definir a identidade como um arquétipo do imaginário social. Lucian Boia (1998), em seu estudo sobre a história do imaginário, define-a como a história dos arquétipos, definidos como permanências mentais ou estruturas do imaginário.

L’histoire de l’imaginaire peut être définie comme une histoire des archétypes. Nous savons bien que ce terme – forgé par Platon et repris par Carl G. Jung – est regardé très souvent avec méfiance et même contesté. Mais il ne s’agit pas pour nous de l’investir d’un sens transcendent, ni de l’appliquer, comme Jung, à un vague inconscient collectif à travers une justification psychanalytique. Il nous semble, tout simplement, que l’homme est “programmé” pour penser, pour sentir et pour rêver d’une manière bien définie. De son ces permanences mentales que se cristallisent dans ce qu’on peut nommer des “archétypes”. (BOIA, 1998, p. 17)<sup>4</sup>

Além disso, Boia identifica a existência de oito grandes arquétipos. Entre essas estruturas de pensamento, algumas estão diretamente relacionadas à identidade, que é o principal enfoque deste trabalho. O terceiro arquétipo identificado por Boia é o da alteridade (*altérité*):

La connexion entre Moi et les Autres, entre Nous et les Autres, s'exprime par un système complexe d'altérités. [...] Dans un sens plus étendu, l'altérité se réfère à tout un ensemble de différences: espaces et paysages différents, êtres différents, sociétés différentes, associant ainsi géographie imaginaire, biologie fantastique et utopie sociale. (BOIA, 1998, p. 33)<sup>5</sup>

Enquanto, como define Boia, a alteridade é um arquétipo do imaginário que define a diferença entre “nós e os outros”, é possível definir a identidade como um arquétipo complementar à alteridade, que define a existência de um “nós”. Esse sentimento de pertencimento a um grupo, a um “nós”, é representado através de uma série de símbolos que orientam suas práticas sociais.

Nesse sentido, ao analisarmos a definição de um determinado patrimônio histórico, estamos analisando a construção de uma identidade. Apesar de as identidades nacionais terem sido pioneiras e dominantes na definição do patrimônio histórico, outras identidades também seguiram essa mesma forma de escolha simbólica, “inventando tradições”<sup>6</sup> que a justificassem.

Como analisa Eric Hobsbawm, não há contexto histórico em que não tenha havido invenção de tradições. Contudo, o desenvolvimento das sociedades após a Revolução Industrial, especialmente com os meios de comunicação de massas, ocasionou uma grande transformação nas sociedades tradicionais e a construção de uma série de novas identidades, especialmente as voltadas para as novas formas de organização dos estados nacionais modernos (as identidades nacionais, regionais e das cidades) numa dinâmica nunca antes vista (HOBBSAWM, 2006, p. 12). Esse processo pode ser visualizado na invenção da identidade da cidade de Novo Hamburgo.

#### A FORMAÇÃO DA CIDADE, SUA IMAGEM E IDENTIDADE

No decorrer do século XX surgiu, no Brasil, uma grande quantidade de museus vinculados às identidades regionais, às identidades da cidade, às identidades étnicas e de classe, entre outros. Dentre estes, o presente artigo enfoca o Museu Nacional do Calçado, criado em 1998, na cidade de Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul. Instalado nas dependências do Centro Universitário Feevale, transformou-se num referencial nacional para pesquisa e investigação sobre tendências de moda, *design* e modelos construtivos em couro e calçados; nos últimos anos, tem sido fonte de informação

para todos aqueles que estudam o crescimento local e regional, especialmente nos aspectos históricos e sociais.

Até a década de 1970, a visão predominante na historiografia brasileira acerca do processo de industrialização apontava que o capitalismo industrial, no Brasil, não tinha conhecido as fases de artesanato e manufatura. Retomando autores como Sérgio Silva, Agnaldo de Sousa Barbosa (2005) aponta para essa historiografia que se esforçava em comprovar que, no Brasil, a atividade fabril já nascera tendo na grande indústria seu principal sustentáculo. Ao focar o desenvolvimento da indústria calçadista em Franca (SP), porém, Barbosa encontra a origem do empresariado do calçado em modestos empreendimentos iniciados por artesãos e pequenos comerciantes.

A história da cidade de Novo Hamburgo, outro pólo que se desenvolveu principalmente em relação à indústria calçadista, ainda não foi devidamente analisada. Existe apenas uma obra que propõe ser uma “história geral de Novo Hamburgo”, de autoria do primeiro prefeito do município, Leopoldo Petry (1959), que, nos anos 1940 e 1950, compilou informações sobre a cidade e sua formação. Alguns estudos posteriores basicamente reproduziram os dados de Petry, inclusive com algumas incorreções próprias do descuido com os levantamentos feitos anteriormente.

Conforme Petry, é possível estabelecer a seguinte periodização para estabelecer a trajetória do município: o primeiro período iniciaria na época da fundação de Hamburger-Berg – o bairro antigo da cidade – e iria até o início do tráfego ferroviário (1824-1876); o segundo seria marcado pelo tráfego ferroviário e se estenderia até o começo da industrialização (1876-1900); o terceiro começaria com a industrialização e abrangeria a emancipação (1900-1927); o quarto – e último – iniciaria com a emancipação e continuaria até a data da elaboração de seu livro (1927-1959) (PETRY, 1959, p. 6).

Percebe-se que o autor fez uma divisão focalizando essencialmente os aspectos econômicos (com exceção da emancipação, que seria um aspecto político). Nessa perspectiva, ele analisa o início do desenvolvimento de um centro comercial, que futuramente comporia o município de Novo Hamburgo, ao redor do qual se estabelece um pequeno povoado. A chegada da estrada de ferro que ligava Porto Alegre a Novo Hamburgo vem a impulsionar ainda mais o desenvolvimento comercial da região. Tem-se aí o início do processo de desenvolvimento da indústria coureiro-calçadista.



Seguindo essa linha de pensamento econômico para dividir em períodos a história do município, poderíamos fazer mais duas divisões. Leopoldo Petry escreveu o livro em 1959, antes do grande *boom* das exportações que foi o período da década de 1960 a 1980, marcado por um grande crescimento econômico e, conseqüentemente, populacional. Poderíamos chamar esse quinto período da história da cidade de “Época de Ouro”, que foi caracterizado pela emergência simbólica da cidade em âmbito nacional, com a larga divulgação Feira Nacional do Calçado (Fenac). Ainda seguindo a linha de pensamento econômica de Leopoldo Petry, poderíamos considerar a existência de um sexto período na história de Novo Hamburgo, o qual se iniciaria com a crise das exportações, em razão do *boom* das exportações calçadistas chinesas e da supervalorização da moeda brasileira a partir do Plano Real, na década de 1990, e se estenderia até os dias atuais. Poderíamos chamar esse período de “Época da Crise”.

Fica claro, assim, a presença de um elemento de ordem econômica associado à identidade da cidade: a indústria calçadista. Esse elemento já nos dá indícios dos motivos que levaram à construção do Museu Nacional do Calçado (MNC). Esse museu conta hoje com cerca de vinte mil peças entre sapatos, acessórios, fotos, vestuário, revistas, jornais, livros, componentes, máquinas, peças originais para contextualização, molduras, quadros, esculturas, réplicas, vídeos, miniaturas e documentos, todos ligados ao setor em questão. Dentre esse vasto material, focalizaremos o material fotográfico.

Percebe-se que a criação do Museu Nacional do Calçado já se deu num contexto de crise da economia calçadista na região. Nesse sentido, a mobilização em torno da sua criação parece ter tido um caráter econômico, ao fortalecer a idéia da associação da identidade da comunidade e a indústria. Mais do que isso, a idéia da importância da preservação de tal patrimônio parece estar ligada à da preservação da própria indústria na região. Constrói-se, assim, uma tradição histórica ligando o calçado à cidade, para legitimar a manutenção da indústria na região.<sup>7</sup>

Ao identificar as imagens presentes nas fotos do acervo do Museu do Calçado, percebemos que elas formavam algumas categorias bem distintas e pontuais. Uma parte muito grande das fotografias retrata as fábricas de calçado, os curtumes e as máquinas; por sua vez, os bancos e as lojas simbolizam o desenvolvimento industrial e comercial, perseguido pelas lideranças políticas e econômicas da cidade.

Essa identificação categorizada já nos dá indícios sobre a forma como se representava a cidade e a imagem que se construía sobre ela. Ao longo

do tempo, com a criação de inúmeras empresas industriais em vários segmentos, especialmente o coureiro-calçadista, agregaram-se outros elementos a essa identidade inicial, como a da prosperidade, industrialização, pioneirismo e progresso.

Entre a segunda metade do século XIX e o início do século XX, ocorrem grandes transformações que mudam as concepções de tempo no Ocidente. Impulsionado pela Revolução Científico-Tecnológica, que gerou uma grande inovação nas mais diversas ciências, e pelo surgimento de uma série de novas tecnologias, esse período foi caracterizado pela definição de “ciência”, “progresso”, “razão”, “ordem” e “civilização” como paradigmas da “modernidade” (BERMAN, 1996, p. 15).

Esses elementos citados por Berman são representados a partir de uma série de construções urbanas. Os prédios construídos para o estabelecimento de fábricas (Figuras 1, 2 e 3) e de bancos (Figura 4) tornam-se símbolos dessa modernidade. No caso de uma cidade como Novo Hamburgo em que a indústria calçadista torna-se elemento fundamental nessa construção identitária associada à modernidade, os prédios construídos para o estabelecimento de curtumes e depósitos de couro também se tornam representações significativas (Figuras 5 e 6)

Convém lembrar que vários estudos mostram que Paris tornou-se a grande referência do Ocidente em termos de definição dos espaços e da estética das cidades. Essa identificação com a Cidade Luz ocorreu tanto em metrópoles nacionais, como o Rio de Janeiro, ou em regionais, como Porto Alegre (PESAVENTO, 1999), e também em cidades do interior, como Ribeirão Preto, como analisado por Rodrigo Paziani (2005). Essa modernidade parisiense se manifestava através do planejamento e embelezamento das regiões centrais da cidade, com o alargamento e estabelecimento de linhas retas na construção das ruas, bem como na criação de praças públicas com áreas de lazer para a população trabalhadora. Essa reformulação da região central da cidade pode ser percebida também no caso de Novo Hamburgo (Figuras 4, 7, 8 e 9).

Em Novo Hamburgo, a modernidade tornou-se ainda mais fundamental que em outras cidades para definição de sua identidade. Isso se põe pela própria identificação como a cidade do “novo”, em oposição à do “velho”, representado por São Leopoldo: o berço da colonização alemã no Brasil.<sup>8</sup>



Figura 1. Fábrica de Calçados Sul Rio-Grandense (1901) – 25cm x 40cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.

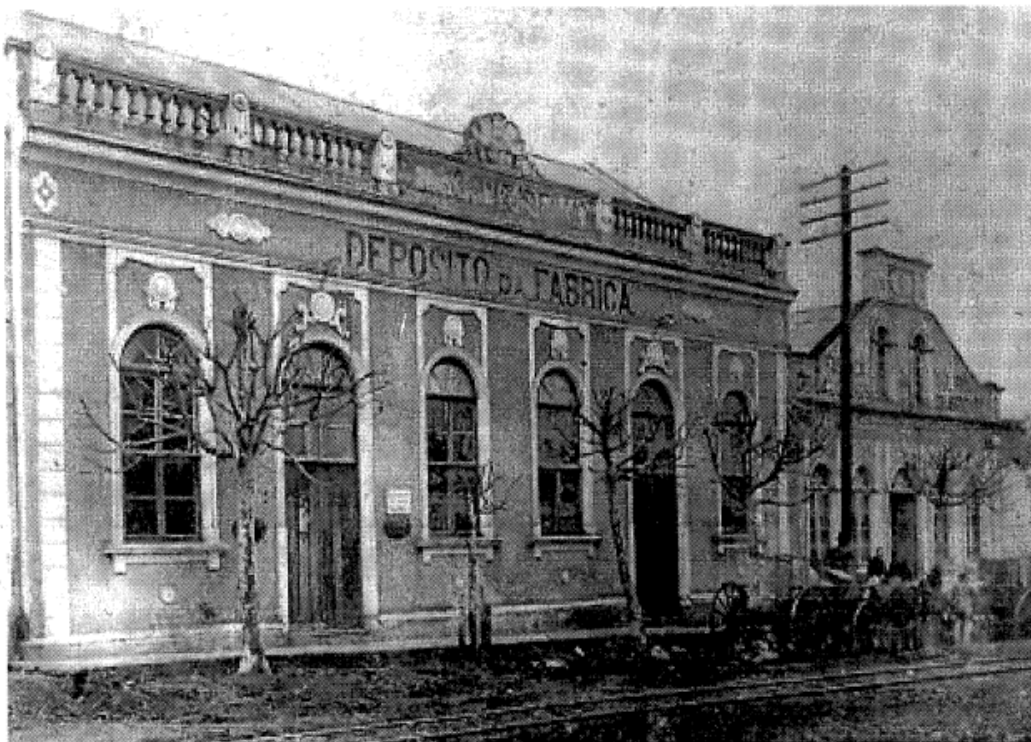


Figura 2. Depósito da Fábrica de Calçados Sul Rio-Grandense (1918) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 3. Fábrica de Molduras Alles (1920) – 25cm x 15cm – Anônimo  
– Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 4. Banco Pfeiffer (1920) – 10cm x 15cm – Anônimo  
– Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.

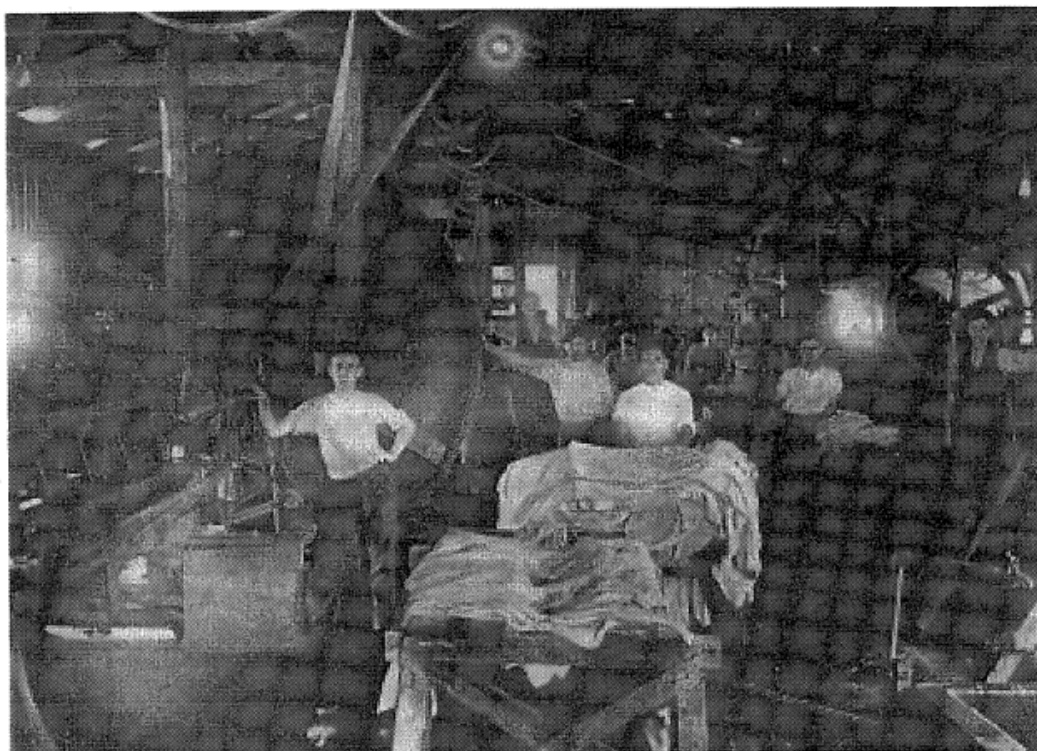


Figura 5. Curtume Momberger (1920) – 12cm x 18cm – Anônimo  
– Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 6. Loja e depósitos de couros (1920) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.

A incipiente industrialização do município vinha acompanhada da ilusão da modernidade. Logo após a emancipação de Novo Hamburgo, em 1927, a cidade ansiava pelo progresso; assim, a modernidade tinha de superar o passado e o espaço urbano tinha de ser totalmente remodelado, o que reafirmaria a sua identidade inicial e diferencial.

À medida que Novo Hamburgo se tornou autônoma e pôde se desenvolver pelas próprias forças, o discurso do trabalho e da modernidade evidenciou-se na cidade. Essa retórica é perceptível, por exemplo, na preocupação com a urbanização, nos detalhes arquitetônicos e na qualidade dos prédios públicos e privados.

A partir desse momento, a municipalidade passou a se preocupar com seus prédios públicos, praças e lazer, como fica claro nas fotografias que retratam a cidade.



Figura 7. Primeiro cinema da cidade (1916) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 8. Praça 14 de Julho (1929) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 9. Praça central de Novo Hamburgo (1932)  
– 10cm x 15cm – Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.

Essa visão progressista vinha acompanhada de um discurso de enaltecimento do trabalhador por seu espírito ordeiro e disciplinado. Esse discurso vinha ao encontro do mito da ascensão social do operário, ou seja, com seu esforço e labor ele conseguiria tornar-se patrão, idéia muito difundida nos discursos das lideranças políticas e empresariais da cidade.

O mundo do trabalho era retratado de uma forma bastante estática, os trabalhadores eram um componente muito importante, mas sua aparição se dava no espaço do trabalho, de forma ordeira, posada e sem movimento. Muitas vezes, eles apareciam à frente das fábricas junto com seus empregadores ou durante a realização das tarefas sob a supervisão de suas chefias imediatas (Figuras 10, 11 e 12). Com isso, tem-se a impressão de um espaço de trabalho silencioso e disciplinado. Esse aspecto pode ser reforçado pela baixa quantidade de greves ao longo da história, principalmente antes dos anos 60, além do pouco espaço que tinham na mídia local, especialmente nos jornais. Nesse espaço, eram exaltados como trabalhadores “ordeiros”, cujo trabalho era reconhecido pelos “patrões”.



Figura 10. Empresa de calçados (1920) – 10cm x 15cm – Anônimo  
– Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.





Figura 11. Empresa de calçados (1920) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 12. Empresa de calçados (1920) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Museu Nacional do Calçado.

As transformações na cidade, perceptíveis através desses documentos, salientam algumas características que reforçam a construção de uma identidade ligada ao progresso e à modernidade. Um exemplo disso foi o papel que os meios de transporte tiveram para o crescimento do município; num primeiro momento, a presença do trem na cidade rompia o isolamento e escoava os bens coloniais e industriais produzidos (Figura 13), entretanto, logo o automóvel se tornou uma paixão, uma obsessão e um importante instrumento de trabalho.

Nas fotos das empresas, os representantes comerciais ocupam um importante espaço por sua função de vendedores de produtos pelo interior do país. Os automóveis na cidade, por sua vez, são símbolos da modernidade e representam, nas fotos, pujança e prosperidade (Figuras 14 e 15).

A idéia de modernidade, progresso e trabalho será reafirmada com a criação da Fenac, que, ao longo da sua existência, passou a ser uma entidade que não apenas promovia feiras de calçados, mas procurava divulgar a produção local e regional, habilitando-se com um grande representante setorial no país e no exterior.



Figura 13. Trem cortando o centro da cidade (1920) – 10cm x 15cm  
- Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 14. Representantes comerciais (1950) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.



Figura 15. Representantes comerciais (1950) – 10cm x 15cm  
– Anônimo – Acervo Digital do Museu Nacional do Calçado.

Apesar do surgimento mais tardio, na década de 1960, a Fenac foi um dos elementos-chave para a transposição das fronteiras brasileiras, tornando o calçado de Novo Hamburgo um produto internacional. Essa organização não surgiu do nada, ela é fruto de toda uma retórica que remonta desde as primeiras décadas do século XX, quando alguns empresários, como Pedro Adams Filho, um dos pioneiros do processo industrial, falavam das vantagens competitivas do calçado hamburguense e da possibilidade de negócios fora do país, em mercados como Alemanha e Inglaterra.

Nessas poucas fotos que procuramos elencar, percebe-se que o enfoque se dá, exatamente, sobre uma cidade cujo espaço está totalmente tomado pela construção humana e tomado pela idéia do novo e do progresso.

A cidade que surge é dominada pelo homem e apresentada de forma agradável aos olhos de um mundo moderno, ordeiro, disciplinado, digno de uma comunidade “civilizada” e trabalhadora. Esses adjetivos foram usados nos discursos que motivaram a emancipação, reproduzidos nos jornais e estampados nas fotografias ao longo do século XX. Esse sentimento tão forte resistiu ao tempo e foi capaz de nomear na década de 1950 a emissora local como Rádio Progresso, na década de 1960, a Fenac e na década de 1970 a transformação do distrito de 1927 em capital nacional do calçado.

THE MATERIAL PATRIMONY AND THE CONSTRUCTION OF IDENTITY: THE PHOTOGRAPHY AND THE CITY

ABSTRACT: This article aims to analyze the construction of the identity of the city of Novo Hamburgo (RS) through the definition of its patrimony. Different identities define, in its constructions, a group of signs that become its representatives and that characterize and give meaning to them. The identities that involve the definition of a specific geographic space, that is, the national regional and city identities are privileged in the definition of specific constructions or objects like patrimony and legislation and conservation policies are put in place to preserve the identity signs. The analysis of this patrimony allows us to characterize the identity of what is represented through it.

KEY-WORDS: patrimony, identity, city, photography, Novo Hamburgo (RS).

NOTAS

- 1 Novo Hamburgo é uma cidade localizada na região metropolitana de Porto Alegre (RS), fundada por imigrantes alemães. Tornou-se emancipada politicamente em 1927. Por suas atividades ligadas ao setor coureiro-calçadista, com expressão nacional e internacional, é conhecida como a capital nacional do calçado.

- 2 O Museu Nacional do Calçado (MNC), foi criado por Decreto Municipal nº 159 da cidade de Novo Hamburgo, de 20 de outubro de 1998, iniciou suas atividades em setembro de 1999. Entre seus objetivos macros, destaca-se o de conservar a memória da atividade coureiro calçadista. Nesse sentido, além de peças específicas sobre sapatos, acessórios, couros e ferramentas, o MNC tem recebido doações de fotografias e outros elementos da cultura material local e nacional. Em função disso, organizou também seu acervo fotográfico que procura resgatar a memória do setor produtivo, no caso intimamente ligada à expansão urbana, econômica e social da cidade de Novo Hamburgo.
- 3 Como afirma Bourdieu (1989, p. 185), “a força das idéias [...] mede-se, não como no terreno da ciência, pelo seu valor de verdade (mesmo que elas devam uma parte da sua força à sua capacidade para convencer que ele detém a verdade), mas sim pela força de mobilização que elas encerram, quer dizer, pela força do grupo que as reconhece, nem que seja pelo silêncio ou pela ausência de desmentido, e que ele pode manifestar recolhendo as suas vozes ou reunindo-as no espaço”.
- 4 “A história do imaginário pode ser definida como uma história dos arquétipos. Nós sabemos bem que este termo – forjado por Platão e reutilizado por Carl G. Jung – é visto com desconfiança e mesmo contestado. Mas ele não é utilizado por nós investido de um senso transcendente, nem aplicado, como Jung, a um vago inconsciente coletivo através de uma justificativa psicanalítica. Ele nos remete, simplesmente, a que o homem está programado para pensar, para sentir e para sonhar de uma forma bem definida. Essas permanências mentais que se cristalizam podemos nomear como ‘arquétipos’” (tradução livre dos autores).
- 5 “A conexão entre ‘eu’ e o outro, entre ‘nós’ e os outros, se exprime por um sistema complexo de alteridades. [...] Em um senso mais estendido, a alteridade se refere a todo um conjunto de diferenças: espaços e paisagens diferentes, seres diferentes, sociedades diferentes, associados a uma geografia imaginária, biologia fantástica e utopia social” (tradução livre dos autores).
- 6 Adotamos as reflexões de Eric Hobsbawm, que define uma “tradição inventada” como “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado” (HOBSBAWM, 2006, p. 9).
- 7 A partir do final da década de 1980 ocorreu o processo de emigração da indústria calçadista de Novo Hamburgo para outras partes do país. Na década de 1990, ocorreu uma emigração muito acentuada para a China.
- 8 De acordo com Oberacker Júnior (apud SEYFERTH, 2000), o nome São Leopoldo seria em homenagem indireta à imperatriz Leopoldina (que já havia sido usado para denominar uma das colônias fracassadas na Bahia). Isso indica vinculações

dinásticas que certamente tiveram papel fundamental na escolha da terra por imigrantes alemães, na primeira fase da imigração.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1982.
- BACKZO, B. A imaginação social. In: ROMANO, Ruggiero. *Enciclopédia Eunaudi*. v. 5. Lisboa: Imprensa Nacional, 1985. p. 296-331.
- BARBOSA, Agnaldo de Sousa. Uma burguesia de pés descalços: a trajetória do empresariado do calçado no interior paulista. *Histórica – Revista Eletrônica do Arquivo do Estado*, São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, n. 6, 2005 (Disponível em: <<http://historica.arquivoestado.sp.gov.br/materiais/anteriores/edicao06/materia3/>>. Acesso em: 23 abr. 2007).
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1999.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOIA, Lucian. *Pour une histoire de l'imaginaire*. Paris: Belles Lettres, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Bertrand/Difel, 1989.
- CAMARGO, Haroldo Leitão. *Patrimônio histórico e cultural*. São Paulo: Aleph, 2002.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.
- HOBBSAWM, Eric. A invenção das cidades. In: RANGER, Terence (Org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006. p. 9-24.
- OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.
- PAZIANI, Rodrigo Ribeiro. Outras leituras da cidade: experiências urbanas da população de Ribeirão Preto durante a Primeira República. *Tempo*. Rio de Janeiro: UFF, n. 19, p. 175-200, 2005.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1999.
- PETRY, Leopoldo. *O município de Novo Hamburgo: monografia*. Porto Alegre: Edições A Nação, 1959.
- SEYFERTH, Giralda. Identidade nacional, diferenças regionais, integração étnica e a questão imigratória no Brasil. In: ZARUR, George de C. L. *Região e nação na América Latina*. Brasília: Ed. UnB, 2000.
- THIESSE, Anne-Marie. Ficções criadoras: as identidades nacionais. *Anos 90*, Porto Alegre: UFRGS, n. 15, 2001-2002.